

Dijital Pazarlama İletişimi Sektörü Kesintisiz Büyümeyi Sürdürüyor.

IAB TÜRKİYE 2012 DİJİTAL REKLAM YATIRIMLARI RAPORUNA GÖRE SEKTÖR %30 BÜYÜYEREK 1 MİLYAR TL SINIRINA DAYANDI. 943 MİLYON TL'YLA TOPLAMDAN ALDIĞI PAY %18 OLDU!

33 ülkede dijital pazarlama iletişimi endüstrisinin gelişmesi için faaliyet gösteren IAB'nin (Interactive Advertising Bureau) Türkiye merkezi IAB Türkiye'nin, açıklamasına göre dijital reklam yatırımları 2012'de geçen yıla göre %30 artışla 943 milyon TL oldu.

IAB Türkiye Dijital Reklam Harcamaları // AdEx-2012 Raporu'na göre;

- Display, arama raporu, mobil reklam, ilan sayfaları, e-posta, oyun içi reklam gibi uygulamalardan oluşan internet reklam yatırımları toplamı; 943 milyon TL,
- Gösterim/tıklanma bazlı reklam, video, sponsorluk ve gelir paylaşımli reklam yatırımlarından oluşan "Display Reklam Yatırımları"; 374 milyon TL,
- Ücretli sıralama, arama motoru görüntülü reklam ağından oluşan "Arama Motoru Reklam Yatırımları"; 448 milyon TL,
- Mobil gösterim ve mobil opt-in SMS/MMS'den oluşan "Mobil Reklam Yatırımları" 36 milyon TL,
- İlan sayfaları reklam yatırımları 76 milyon TL olurken, e-posta ve oyun içi reklam yatırımları toplamı 9 milyon TL olarak gerçekleşti.

IAB Türkiye 2012 yılı Dijital Reklam Harcamaları*

| | Milyon TL |
|---|-------------|
| İnternet Reklam Yatırımları Toplamı | 943* |
| Display Reklam Yatırımları | 374 |
| Gösterim ya da tıklama bazlı reklam yatırımları | 278 |
| Video reklam yatırımları | 45 |
| Sponsorluk yatırımları | 32 |
| Gelir paylaşımı reklam yatırımları | 19 |
| Arama Motoru Reklam Yatırımları | 448 |
| Kelime bazlı reklam yatırımları | 320 |
| Arama motoru görüntülü reklam ağı yatırımları | 128 |
| Mobil Reklam Yatırımları | 36 |
| Mobil gösterim reklam yatırımları | 11 |
| Mobil opt-in SMS/MMS yatırımı | 25 |
| İlan Sayfaları Reklam Yatırımları | 76 |
| Diğer | 9 |
| E-posta | 5 |
| Oyun içi reklam | 4 |

Tüm rakamlar IAB Türkiye tahminidir. Yaratıcı işler, CRM çalışmaları, SEO yatırımları hariçtir.



IAB Türkiye Başkanı Ahmet Pura, e-marketer verilerine göre 2012’de dünyada toplam reklam yatırımlarının yaklaşık 500 milyar ABD \$’ı olduğuna ve bu rakamın 100 milyar \$’ının dijitalden geldiğine dikkat çekerek, “Artık her 5 dolardan 1’i dijital ortamda kullanılıyor.” dedi. Pura, Türkiye’de 2012 yılı için dünya ortalamasının (%16 – ZenithOptimedia) üstünde, bir büyüme öngördüklerini ve bunun gerçekleştiğini, dijitalin geçen yıla oranla %30 büyüyerek 943 milyon TL’na ulaştığını vurguladı. “Reklamcılar Derneği’nin geçtiğimiz hafta açıkladığı verilere ilaveten IAB Türkiye’nin kapsamlı analizine (arama motorları, ilan sayfaları, e-mail marketing, oyun içi reklam yatırımları dahil) göre, toplam reklam yatırımları %10 oranında artmış ve dijitalin aldığı pay %18’e yükselmiştir. Dijitalin, en geç 2016’da ikinci büyük mecra olacağı tahmin edilmektedir. Tüm sektör oyuncularının, hem toplam yatırımların yükselmesine

hem mecralar bazında taşların yerinden oynamasına hazırlıklı olması gerekli.” diyerek, dijitalin yükselişini bir kez daha gözler önüne serdi.

IAB Türkiye

33 ülkede faaliyet gösteren IAB (Interactive Advertising Bureau), tüm dünyada interaktif reklamcılığın gelişmesi, reklam yatırımlarından daha fazla pay alması için çalışıyor. Bu amaç doğrultusunda reklamverenlere, ajanslara ve medya ajanslarına interaktif iletişimin katma değerini anlatıyor. Kamu nezdinde yürüttüğü çeşitli faaliyetlerle endüstrinin doğru ve nitelikli biçimde büyümesine katkı sağlıyor. Merkezi Amerika’da bulunan IAB’nin, Avrupa’daki ülke bazlı örgütlenmesi IAB Europe tarafından koordine ediliyor. IAB Türkiye, dijital endüstride reklam ve pazarlama alanlarında düzenleme yapmak üzere 23 sektör temsilcisi tarafından, 2007’de bir platform olarak kuruldu ve 2011 Temmuz ayında ise dernekleşme sürecini tamamladı. IAB Türkiye’nin şu an 180 üyesi bulunuyor. Ayrıntılı bilgi için; www.iabturkiye.org